

**MOTIF PENDENGAR AKTIF PROGRAM ACARA  
“ONO OPO REK” DI 93,3 RADIO EL VICTOR FM  
SURABAYA**

**(Studi Deskriptif Tentang Motif Pendengar Aktif Acara “Ono Opo Rek”  
Di 93,3 Radio el Victor FM Surabaya)**

**S K R I P S I**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh :**

**GUNADARMA  
NPM. 0443010533**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SURABAYA**  
**2010**  
**MOTIF PENDENGAR AKTIF PROGRAM ACARA**  
**“ONO OPO REK” DI 93,3 RADIO EL VICTOR FM**  
**SURABAYA**

(Studi Deskriptif Tentang Motif Pendengar Aktif Acara “Ono Opo Rek”  
Di 93,3 Radio el Victor FM Surabaya)

Disusun Oleh :

**GUNADARMA**  
**NPM. 0443010533**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Progdi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal : 15 April 2010

**Pembimbing**

**Juwito, S.Sos, M.Si**  
**NPT. 367049500361**

**Tim Penguji :**  
**1. Ketua**

**Juwito, S.Sos, M.Si**  
**NPT. 367049500361**  
**2. Sekretaris**

**Drs. Kusnarto, M.Si**  
**NIP. 030 176 735**  
**3. Anggota**

**Zainal Abidin A., S.Sos, M.Si, M.Ed**  
**NPT. 373 039 901 701**

**Mengetahui,**  
**DEKAN**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 030 176 349**  
**KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan segala berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **MOTIF PENDENGAR AKTIF PROGRAM ACARA “ONO OPO REK” DI 93,3 RADIO EL VICTOR FM SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Motif Pendengar Aktif “Ono Opo Rek” 93,3 Radio el Victor FM Surabaya).**

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti skripsi pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan bimbingan dan dorongan dari Bapak Juwito, S.Sos, M.Si, dosen pembimbing skripsi. Pada kesempatan ini tidak lupa penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dosen Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu ku tercinta, atas doa dan dukungan serta semangatnya.
5. Pimpinan dan seluruh staff Radio 93,3 El Victor FM Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Segala kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, April 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Komunikasi Massa .....	10
2.1.2. Komunikasi Massa Media Radio .....	13
2.1.3. Radio Siaran .....	18
2.1.4. Pednengar Sebagai Khalayak Media .....	22
2.1.5. Teori Kebutuhan Terhadap Media Massa .....	24

2.1.6.	Pengertian Motif .....	26
2.1.7.	Model Uses and Gratifications .....	30
2.2.	Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>		
3.1.	Definisi Operasional.....	38
3.1.1.	Motif .....	38
3.1.2.	Pengukuran Variabel .....	40
3.2.	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.2.1.	Populasi .....	43
3.2.2.	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	45
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		
4.1.	Gambaran Umum Radio <u>el</u> Victor FM.....	47
4.1.1.	Sejarah Berdirinya Radio <u>el</u> Victor FM.....	47
4.1.2.	Data Radio <u>el</u> Victor FM.....	48
4.2.	Proses Terbentuknya Komunitas Pendengar Radio <u>el</u> Victor FM Surabaya	49
4.3.	Penyajian Data	50
4.3.1.	Identitas Responden ..... .....	50

4.3.2. Responden Dalam Mendengarkan Acara “*Ono  
Opo Rek*”.

53

4.3.3. Motif Responden Dalam Mendengarkan Acara  
“*Ono Opo Rek*” di Radio el Victor FM Surabaya

57

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

77

5.1. Kesimpulan

77

5.2. Saran

78

**DAFTAR PUSTAKA**

80

**LAMPIRAN**

81

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Usia Responden .....	51
Tabel 2. Jenis Kelamin Responen .....	52
Tabel 3. Status Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4. Frekuensi Responden Mendengarkan Acara “ <i>Ono Opo Rek</i> ” .	54
Tabel 5. Jam Siar Acara “ <i>Ono Opo Rek</i> ” .....	55
Tabel 6. Acara yang Disukai dari Program “ <i>Ono Opo Rek</i> ” .....	56
Tabel 7. Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi tentang Wawasan atau Pengetahuan Musik Dangdut Terbaru	



Tabel 8.	Motif Kognitif Responden Memperoleh Pengetahuan tentang Gaya Hidup Para Pendengar	59
Tabel 9.	Motif Kognitif Responden Mendapatkan Informasi tentang Tips dan Trik Kemampuan Bernyanyi	61
Tabel 10.	Motif Kognitif Responden yang Mendengarkan Pengalaman-pengalaman para Pendengar Lain yang disiarkan secara langsung (on air)	62
Tabel 11.	Motif Kognitif Responden Dalam Mendengarkan Acara “ <i>Ono Opo Rek</i> ” di Radio <u>el</u> Victor FM Surabaya	63
Tabel 12.	Motif Diversi Responden Mencari Hiburan	65
Tabel 13.	Motif Diversi Responden Mengisi Waktu Luang	66
Tabel 14.	Motif Diversi Responden Melepaskan Diri dari Permasalahan	67
Tabel 15.	Motif Diversi Responden dalam Mendengarkan Lagu-lagu Favorit	68

Tabel 16. Motif Diversi Responden Dalam Mendengarkan Acara “*Ono Opo Rek*” di Radio el Victor FM Surabaya

69

Tabel 17. Motif Identitas Personal Responden Ikut Berinteraksi Secara Langsung (on air) dengan Penyiar yang memandu Acara “*Ono Opo Rek*” di Radio el Victor FM Surabaya

71

Tabel 18. Motif Identitas Personal Responden Ikut Unjuk Suara dan Pamer Kemampuan Bernyanyi dalam Acara “*Ono Opo Rek*”

72

Tabel 19. Motif Identitas Personal Responden Memberikan Komentar melalui Telepon dengan Penyiar dalam Acara “*Ono Opo Rek*”

73

Tabel 20. Motif Identitas Personal Responden Menjadikan Informasi Sebagai Bahan Pembicaraan

74

Tabel 21. Motif Identitas Personal Responden Dalam Mendengarkan Acara “*Ono Opo Rek*” di Radio el Victor FM Surabaya

75

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Transmisi Gelombang Radio .....	19
2. Perbedaan Pendekatan Efek dengan Pendekatan Uses and Gratifications (Seven Windhal dalam Rahmat, 2004 : 206)	32
3. Model Uses and Gratifications (Rahmat, 1993 : 66) .....	34
4. Kerangka Berpikir .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuisioner
- Lampiran 2. Struktur Organisasi Radio el Victor FM Surabaya
- Lampiran 3. Tabel Hasil Perhitungan Skor
- Lampiran 4. Tabel Perolehan Jawaban Responden
- Lampiran 5. Data-data Komunitas Pendengar Radio el Victor FM Surabaya

## ABSTRAKSI

**GUNADARMA. NPM. 0443010533. MOTIF PENDENGAR AKTIF PROGRAM ACARA “ONO OPO REK” DI 93,3 RADIO EL VICTOR FM SURABAYA (Studi Deskriptif Tentang Motif Pendengar Aktif Acara “Ono Opo Rek” Di 93,3 Radio el Victor FM Surabaya)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif pendengar aktif Radio el Victor FM Surabaya dalam mendengarkan program acara “*Ono Opo Rek*”. Landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini meliputi penelitian komunikasi massa, pendekatan motif dan *uses and gratifications*, pengertian motif dan pendengar radio sebagai khalayak massa.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan tipe deskriptif populasi samplingnya adalah pendengar yang tergabung dalam komunitas pendengar Radio el Victor FM Surabaya dalam mendengarkan program acara “*Ono Opo Rek*” yang tercatat dalam data base sejumlah 520 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik multi stage purposive yaitu pemilihan secara mengerucut kepada anggota pendengar radio el Victor FM Surabaya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa responden memiliki motif yang berbeda-beda dalam mendengarkan program acara “*Ono Opo Rek*” di radio el Victor FM Surabaya. Responden yang bermotif kognitif memiliki persentase yang tinggi karena mayoritas responden ingin mencari sesuatu yang baru dari mendengarkan program acara “*Ono Opo Rek*” di radio el Victor FM Surabaya, motif identitas personal dinyatakan sedang, hal ini dapat dilihat dengan enggan banyaknya responden yang mencari hiburan, sedangkan yang terakhir motif diversifikasi dinyatakan rendah, karena responden lebih memilih memanfaatkan radio sebagai sarana tempat berkenalan dengan para pendengar lainnya.

Kata kunci : *Motif, Pendengar aktif program acara “Ono Opo Rek” di radio el Victor FM Surabaya*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan, informasi, berita dari komunikator kepada komunikan. Seiring dengan peradaban manusia, kegiatan komunikasi akan terus berlangsung dalam kehidupan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain. Dengan kata lain hakikat komunikasi adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan, yaitu perasaan atau pikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya ( Effendy, 2003 : 8).

Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara langsung melalui media. Pada dasarnya, media terdiri dari berbagai macam yang salah satunya adalah media massa. Sesuai dengan perkembangan teknologi, manfaat media massa saat ini bisa dirasakan oleh masyarakat luas. Pertumbuhan media massa diwarnai dengan persaingan yang ketat, dimana media massa berlomba-lomba untuk saling menambah program-program unggulan dalam penyampaian informasi.

Hal tersebut juga dialami oleh radio sebagai salah satu bentuk dari media massa selain televisi, surat kabar, majalah dan film. Sesuai dengan perkembangan teknologi saat radio harus mulai menajamkan format siaran dan selalu menampung aspirasi pendengar pada segmen yang dipilihnya.

Salah satu media yang dapat digunakan sebagai agen perubahan masyarakat disini adalah media elektronik,yakni berupa radio siaran. Radio adalah media elektronik yang memiliki jangkauan cukup selektif terhadap segmen pasar tertentu dan juga efektif dalam penyampaian informasi. Radio juga merupakan bagian dari media massa yang berfungsi menyiarkan informasi, mendidik, mempengaruhi serta berusaha untuk merebut sebanyak mungkin pendengarnya.

Radio saat ini adalah salah satu dari media massa elektronik yang banyak disukai dan diminati oleh masyarakat. Bukan karena harga yang relatif lebih murah. Apabila dibandingkan dengan pesawat televisi melainkan juga karena program-program siaran yang ditawarkan semakin beragam.

Kehadiran media massa, khususnya radio yang tanpa memandang waktu dan jarak, membuat media elektronik yang paling tua ini tidak ditinggalkan dengan pendengarnya. Apabila dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, kita tidak bisa melepaskan diri dari interaksi yang dengan berbagai media massa yang telah menunjukkan perkembangannya yang pesat dan luas. Proses komunikasi antar manusia dengan menggunakan teknologi elektronik dapat bersifat *point to point* (penyiar dengan pendengar aktif), seperti saat ini kita sedang menelpon seseorang, dan *point to audience* (pendengar dengan pendengar secara umum).

Sebagai sarana informasi, radio sebagai media massa mempunyai kemampuan dalam pembentukan opini pendengar melalui pesan yang



disampaikan atau hanya informatif kepada pendengarnya. Adanya informasi baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut. Pesan-pesan sugestif yang dibawa oleh informasi tersebut. Pesan-pesan sugestif dalam menilai sesuatu sehingga terbentuklah sikap tertentu.

Apalagi dalam rangka memenangkan kompetisi antar radio yang jumlahnya semakin besar. Oleh karena itu, dalam usaha memenangkan persaingan, setiap radio siaran menyajikan program-program acara yang disiarkan untuk menarik minat pendengarnya. Pendengar radio adalah pendengar yang tidak hanya pasif menerima pesan informasi yang disampaikan oleh komunikator atau penyiar, tetapi radio saat ini bisa digunakan untuk berkomunikasi yaitu dengan bercakap-cakap dengan bahasa yang sama-sama dimengerti oleh para peserta komunikasi.

Berkaitan dengan informasi yang disampaikan berdasarkan UU Pers tahun 1999 Bab II pasal 3 ayat 1 dan 2, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang radio siaran non – pemerintah (radio swasta). Dalam peraturan tersebut ditentukan bahwa radio non–pemerintah harus berfungsi sosial, yaitu alat pendidikan, alat perorangan dan alat hiburan. Di Indonesia itu sendiri, kemunculan radio-radio swasta di jalur FM (Frequency Modulation) semakin memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat Surabaya.

Dalam merancang suatu program acara, el victor FM menghindari kesamaan-kesamaan dengan radio lain. Sesuai dengan motto radio el victor FM yaitu syi'ar dakwah. Radio el victor FM disini mencoba memberi sesuatu yang lain bagi pendengarnya, khususnya bagi pendengar-

pendengarnya melalui program acara “ono opo rek”. Lebih lengkapnya isi dari program “ono opo rek” adalah sajian interaktif yang menghadirkan berita terkini baik mengenai kebijakan pemerintah ekonomi, politik dan hal yang menarik lainnya. Acara obrolan yang dikemas dan gaya bahasa Suroboyoan, santai tapi serius, kritis tetap dengan wawasan sehat dan mendidik. “ono opo rek” adalah sub program bagi pengagum cinta el victor yang sedang berada di jalan dan diberi kesempatan untuk *me-request* lagu apa saja sambil melaporkan keadaan jalan. Jadi pendengar dapat meminta untuk diputarkan lagu kesukaannya dengan cara memberitahu keadaan jalan yang dilewati. “ono opo rek” yaitu sub program yang menghadirkan narasumber yang berkompeten dalam bidangnya dan membahas suatu topik dalam siaran. Sedang topik adalah sub program yang memberikan kesempatan pengagum cinta el victor untuk memberi opini lewat SMS atau telepon dari topik yang sedang dibahas. Sesi baca SMS untuk menyampaikan pesan atau memberi komentar apa saja dan berbagai cerita tentang pengalaman masing-masing. Kemudian membahas topik yang sedang hangat diberitahukan di media. “ono opo rek” mempunyai slogan yaitu *driving*, menghibur, dakwah / syiar, interaktif.

Program “ono opo rek” disiarkan setiap hari Senin sampai hari Sabtu pukul 10.00 sampai pukul 12.00 diproduksi oleh Soni dengan pembawa acara Mas Gilang dan Mas Hilmi selalu menyapa pendengarnya dengan panggilan pengagum cinta. Disini pendengar diberi sebutan “pengagum cinta”, yang berarti teman dekat atau karib, dengan maksud untuk memberi

unsur kedekatan antara penyiar dan pendengar. Untuk segmentasi usia pendengar “ono opo rek “ ini berkisar 20 tahun keatas yakni dengan maksud untuk menemani aktivitas kantor yang mulai membosankan untuk memberi semangat yang baru sampai menemani perjalanan pulang. Sehingga dapat disimpulkan disini adalah radio el victor FM ingin memberikan segala informasi dengan cara yang berbeda dan unik dalam satu wadah yakni melalui program “ono opo rek” .

Alasan peneliti memilih radio el victor FM sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan program acara ini telah berusia satu tahun dengan peringkat program unggulan setelah program rasa sayang. Dapat dikatakan “ono opo rek” adalah karena disiarkan setiap jam 10.00 sampai 12.00 dan banyak masyarakat yang terhibur, karena disiarkan setiap pagi hari sehingga dapat disimpulkan bahwa “ono opo rek“ mendapat tempat dihati pendengarnya.

Namun individu memiliki motif tujuan tersendiri yang mendasar ketika memilih atau memutuskan untuk mendengarkan “ono opo rek” radio el victor FM Surabaya. Oleh karena itu, peneliti juga ingin meneliti motif individu dalam mendengarkan “ono opo rek” di Radio el victor FM Surabaya.

Disini maksud peneliti meneliti tentang motif, masyarakat yang mendengarkan “ono opo rek “ karena adanya beberapa tujuan atau motif yang mendasari seorang individu dalam suatu hal, dalam hal mendengarkan “ono opo rek “ di 93,3 el victor FM Surabaya. Ini adalah beberapa motif yang mendasari seorang individu dalam mendengarkan “ono opo rek” .

Motif Kognitif, adalah motif yang mendasari pendengar yang membutuhkan informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Mendapatkan pengetahuan tentang peristiwa yang terjadi dalam lingkungan sekitar mereka. Pendengar ingin memuaskan rasa ingin tahu dan mengetahui minat umum. Keinginan untuk belajar atau bisa juga untuk pendidikan diri sendiri. Dan juga bisa untuk memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan yang pendengar dapat melalui “ono opo rek”, dengan contoh pendengar mendengarkan dan ikut mengiirm SMS atau telepon untuk mengomentari dan membahas tentang topik yang sedang terjadi untuk lebih mengetahui bagaimana keadaan lingkungan sekitarnya, juga untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan dirinya agar terpuaskan rasa ingin tahunya juga untuk lebih mendapatkan pengetahuan untuk dirinya sendiri.

Motif diversifikasi adalah motif yang mendasari pendengar untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, penyaluran emosi, mengisi waktu. Dengan contoh, mungkin ada penggemar yang sedang penat dengan kegiatannya sehari-hari dan sesuai mendengarkan “ono opo rek” dengan lelucon dan cara membawa acara yang khas, pendengar dapat terlepas dari kepenatan dan mendapatkan semangat yang baru untuk menjalani aktifitasnya kembali.

Motif identitas personal adalah motif yang mendasari pendengar untuk menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasikan diri dari dalam nilai-nilai lain, meningkatkan

pemahaman tentang diri sendiri. Dengan contoh, pendengar dapat mengukur seberapa besar kepedulian dirinya tentang *Global Warming* yang sedang dibahas di “ono opo rek” . atau pendengar dapat mengetahui dan menambah luasnya pengetahuannya melalui “ono opo rek” *up date*.

Pada penelitian ini, peneliti memilih warga Surabaya yang berusia 20 tahun keatas dan tergolong pendengar acara “ono opo rek” di 93,3 radio el victor FM Surabaya. Disini cara mendapatkan populasi yang dimaksud dengan cara random purposive sampling.

Peneliti memilih Surabaya sebagai lokasi penelitian karena Surabaya merupakan kota metropolis dengan jumlah penduduk terpadat setelah Jakarta (BPS, 2006 : 75) dengan sifat masyarakatnya yang heterogen (berbeda asal-usul, agama, suku, adat mata pencaharian dan sebagainya) dan heterogenitas masyarakat pasti ikut dengan problema sosial yang cukup kompleks, sehingga secara langsung maupun tidak langsung akan terdapat perbedaan-perbedaan motif dalam memilih media khususnya mendengarkan “ono opo rek”.

Selain itu acara “ono opo rek” di 93,3 Radio el victor FM Surabaya cukup mendapatkan tempat dihati para pendengarnya karena itu juga program acara ini dapat sampai ke umur yang ke enam dengan format acara yang sama.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Apa saja motif pendengar aktif program acara “ ono opo rek “ 93,3 Radio el victor FM Surabaya.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif pendengar aktif tentang Program acara “ono opo rek “ di 93,3 Radio el victor FM.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama mengenai motif mendengarkan program radio dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang berguna bagi penelitian selanjutnya.
- b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pengelola radio di Indonesia mengenai acara-acara yang sesuai dan dibutuhkan masyarakat, dan khususnya untuk 93,3 Radio el victor FM agar dapat membuat program siaran yang diminati dan

dibutuhkan oleh pendengarnya dan dapat bermanfaat dalam menentukan program-program siarannya.